

Plan De Responsabilidad Social Empresarial y Compromisos Éticos Con Los Grupos De Interés Empresa Riopaila Castilla S.A.

Madelayne Orozco Clavijo
María Del Rosario Barón
Yeliani García Ramírez
Yudy Marisel Castillo Cabezas
Lincy Tatiana Ortiz

Universidad Nacional Abierta y a Distancia- UNAD
Escuela de Ciencias Administrativas, Contables Económicas y De Negocios –ECACEN
Administración de Empresas
Palmira
2020

**Plan De Responsabilidad Social Empresarial y Compromisos Éticos Con Los Grupos De
Interés Empresa Riopaila Castilla S.A.**

**Madelayne Orozco Clavijo
María Del Rosario Barón
Yeliani García Ramírez
Yudy Marisel Castillo Cabezas
Lincy Tatiana Ortiz**

**Tutor
Henry Hurtado**

Trabajo de diplomado como requisito para optar el título de Administrador de Empresa

**Universidad Nacional Abierta y a Distancia- UNAD
Escuela de Ciencias Administrativas, Contables Económicas y De Negocios –ECACEN
Administración de Empresas
Palmira
2020**

NOTA DE ACEPTACIÓN:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Palmira, Diciembre de 2020

Resumen

El tema sobre “*responsabilidad social empresarial (RSE)*” en los últimos tiempos empezó a tomar gran relevancia e interés, no solo por parte del gobierno Nacional, sino también por los empresarios e inversionistas del orden internacional y local. Todo ello, como parte de la estrategia competitiva de una empresa; razón por la que se realizó el presente estudio. El cual tiene como objetivo fundamental formular un plan de responsabilidad social a partir de un diagnóstico empresarial para la empresa de Riopaila Castilla S.A, de Pradera, departamento del Valle del Cauca.

En ese orden de ideas, es necesario reconocer la importancia del (RSE) para el crecimiento organizacional, la conceptualización de los diferentes términos como la ética, ética empresarial, el desarrollo sustentable y sostenible, la norma internacional ISO 26000 son la base para proponer un plan de mejoramiento y unos principios éticos para el beneficio de todos los grupos de interés de la empresa objeto de estudio.

Para lograr tal fin se utilizó una metodología enmarcada en un tipo de estudio cuantitativo, con un ámbito específico y delimitado, abordando exclusivamente el proceso de RSE de la empresa Riopaila ubicada en el Municipio de Pradera Valle del Cauca. Para dicho estudio se tomó como muestra para la entrevista a 120 personas de la misma.

Estudio finalmente concluye, que la Responsabilidad Social Empresarial es un camino que permite generar equidad social y oportunidades para todos.

Palabras claves: Desarrollo sostenible, ética, medio ambiente, organización, responsabilidad social.

Summary

The topic on "corporate social responsibility (CSR)" in recent times began to take great relevance and interest, not only by the National government, but also by entrepreneurs and investors of the international and local order. All this, as part of the competitive strategy of a company; reason why the present study was carried out. The main objective of which is to formulate a social responsibility plan based on a business diagnosis for the company of Riopaila Castilla S.A, from Pradera, department of Valle del Cauca.

In that order of ideas, it is necessary to recognize the importance of (CSR) for organizational growth, the conceptualization of different terms such as ethics, business ethics, sustainable and sustainable development, the international standard ISO 26000 is the basis for proposing a improvement plan and ethical principles for the benefit of all interest groups of the company under study.

To achieve this end, a methodology framed in a type of quantitative study was used, with a specific and delimited scope, exclusively addressing the CSR process of the Riopaila company located in the Municipality of Pradera Valle del Cauca. For this study, 120 people from the same were taken as a sample for the interview.

The study finally concludes that Corporate Social Responsibility is a path that allows generating social equity and opportunities for all.

Keywords: Sustainable development, ethics, environment, organization, social responsibility

Tabla de Contenido

Resumen	4
Abstract	5
Introducción	17
1. Antecedentes	18
Problema de Investigación	19
Planteamiento del Problema.....	19
Pregunta del problema.....	20
Justificación.....	21
Objetivos	22
Objetivo General	22
Objetivos Específicos.....	22
2. Marcos Referenciales	23
2.1. Marco Conceptual	23
2.2. Marco Teórico	26
2.3. Marco Institucional	31
2.4. Marco Legal	32
Metodología	35
Tipo de Estudio	35
Período y lugar donde se realiza la investigación	35
Universo y Muestra	35
Método	35
Fuentes	36
Actividades.....	36
Desarrollo de Investigación.....	37
3. Resultados	39
3.1. Diagnóstico	39
3.2. Análisis de los resultados de la Entrevista	39
3.2.1. Mapa de problemas de la empresa	50
3.2.2. Arbol de objetivos	51
3.3. Mapa estrategico	52
4. Plan de Mejoramiento	53
4.1. Plan de acción	53
4.2 Plan de seguimiento	54

Conclusiones	55
Recomendaciones.....	56
Referencias Bibliograficas	57
Anexos.....	65

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Beneficiarios acorde con los objetivos de la empresa	40
Tabla 2. Nivel de concertación de la empresa	41
Tabla 3. Garantía de los derechos humanos	42
Tabla 4. Garantía del uso sostenible de los recursos	43
Tabla5. Evaluación del impacto ambiental	44
Tabla 6. Uso y manejo de residuos solidos	45
Tabla 7. Compromisos éticos de la empresa	46
Tabla 8. Tenencia y publicación estatutos anticorrupción	47
Tabla 9. Mecanismos recepción quejas y reclamos	48
Tabla 10. Promoción del desarrollo económico y social	49

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Panorámica planta de producción empresa Riopaila	31
Figura 2. Algunos productos destacados en la empresa Riopaila	32
Figura 3. Estructura organizacional de la empresa	37
Figura 4. Mapa de procesos de integración social	38
Figura 5. Beneficiarios acordes con los objetivos de la empresa	40
Figura 6. Oportunidad laboral a discapacitados	41
Figura 7. Garantía de los derechos humanos	42
Figura 8. Sostenibilidad de recursos	43
Figura 9. Impacto ambiental	44
Figura 10. Uso y manejo de residuos solidos	45
Figura 11. Compromisos éticos de la empresa	46
Figura 12. Estatutos anticorrupción	47
Figura 13. Quejas y reclamos	48
Figura 14. Desarrollo económico y social	49
Figura 15. Arbol de problemas	50
Figura 16. Árbol de objetivos	51
Figura 17. Mapa estratégico	52
Figura 18. Plan de mejoramiento	53
Figura 19. 4.2 Plan de Seguimiento a la empresa	54

Lista de anexos

	Pág.
Anexo A. Link al Código de ética empresa Riopaila	66
Anexo B. Formato entrevista	67,

Resumen Analítico Estructurado

RAE

Titulo	Plan de responsabilidad social empresarial y compromisos éticos con los grupos de interés empresa Riopaila Castilla S.A.
Autores	<p>Madelayne Orozco Clavijo</p> <p>María Del Rosario Barón</p> <p>Yeliani García Ramírez</p> <p>Yudy Marisel Castillo Cabezas</p>
Palabras claves	Desarrollo sostenible, ética, medio ambiente, organización, responsabilidad social.
Descripción	Este estudio tiene como finalidad formular un plan de responsabilidad social a partir de un diagnostico empresarial para la empresa de Riopaila Castilla S.A, ubicada en el municipio de Pradera, departamento del Valle del Cauca.
Idea general	<p>La responsabilidad social empresarial y la importancia para el crecimiento organizacional, la conceptualización de los diferentes términos como la ética, ética empresarial, el desarrollo sustentable y sostenible, la norma internacional ISO 26000 y las materias fundamentales son la base para proponer un plan de mejoramiento y unos principios éticos para el beneficio de todos los grupos de interés de la empresa Riopaila Castilla S.A. Se concluye que la responsabilidad social empresarial en cualquier organización independientemente de su sector es de vital importancia, para lograr un modelo de gobernanza organizacional responsable y contribuir con</p>

	la mejor calidad de vida de los clientes internos, externos, proveedores, contratistas y toda la población del entorno.
Fuentes Bibliográficas	<p>32 fuentes bibliográficas. Destacando entre otros a los siguientes autores que dan cuerpo al estudio.</p> <p>Alcívar, R. (2015). Modelo de gestión para el despliegue de estrategias organizacionales para empresas de clase mundial. Estudio de caso Nestlé Purina Pet Care Company (<i>NPPC</i>). Recuperado de https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.F9389503&lang=es&site=eds-live&scope=site</p> <p>Arévalo-Martínez, R.-I., & Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. (Spanish). <i>El Profesional de La Información</i>, 28(5), 1–11. Recuperado de https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=lls&AN=140256523&lang=es&site=eds-live&scope=site</p> <p>Bermúdez-Colina, Y., & Mejías-Acosta, A. A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. <i>Ingeniería Industrial</i>, 39(3), 315–325. Recuperado de https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.c</p>

om/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=132586094&lang=es&site=eds-live&scope=site

Díaz, N. (2014). Responsabilidad Social Empresarial y Creación de Valor Compartido, Sostenibilidad Gerencial. (Spanish). *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 9(3), 127–144.

Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hus&AN=116281275&lang=es&site=eds-live&scope=site>

González, Y (2020). Relación de las empresas de excelencia con la responsabilidad social empresarial [Formato video]. Recuperado de [https://campus124.unad.edu.co/ecacen39/mod/hvp/view.php?id=337](https://campus124.unad.edu.co/ecacen39/mod/hvp/view.php?id=3377)

7

León, M., & León, R. (2018). Gestión De La Responsabilidad Social Empresarial Del Sector Alimentario Venezolano Y Ciudadanía.

Revista Orbis, 13(39), 15–29. Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=129587482&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Rodríguez, Y., Cabrera, J & Frías, B. (2018). Responsabilidad social empresarial. Camino hacia una gestión organizacional estratégica.

Folletos Gerenciales, 22(3), 180–189. Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.c>

om/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=131500116&lang=es&site=eds-live&scope=site

Contenido	<p>A través de este estudio se identificaron aciertos y desaciertos de la Responsabilidad Social Empresarial y los compromisos éticos de la empresa Riopaila Castilla S.A. teniendo en cuenta las voces y versiones de sus allegados. Es así como en el primer capítulo se produce el abordaje correspondiente a los antecedentes donde se genera un recorrido histórico del tema en Colombia, además en él se contempla el problema de investigación y el planteamiento del mismo, dando paso a la pregunta de investigación, en ese orden se describen en la justificación las razones que llevaron al adelanto de este estudio, finalmente este capítulo se cierra con la definición del objetivo general y los objetivos específicos respectivamente; el segundo capítulo establece marcos referenciales, en el que se señalan el marco conceptual, marco teórico, el marco institucional de la empresa objeto de estudio, permitiendo conocer su misión, visión y los valores empresariales de la misma, finalizando con el marco legal relacionada con las normas ISO 26000 e Icontec. Por su parte en el capítulo tres se define la metodología la que permitió conocer de primera voz la problemática en referencia con el estudio a partir de la información lograda a través de la entrevista aplicada 120 personas relacionadas con la vida activa de la empresa. En el capítulo cuarto se denomina: Plan de mejoramiento, donde se establecen el plan de acción y el plan de seguimiento como alternativa para mitigar las debilidades encontradas en materia de Responsabilidad Social Empresarial y los compromisos éticos con los grupos de interés de la empresa objeto de estudio,</p>
-----------	---

	finalmente se describen las conclusiones y las recomendaciones.
Metodología	<p>Está relacionada con la Responsabilidad Social de la empresa Riopaila Castilla se enmarco en el tipo de estudio cuantitativo, con un ámbito específico y delimitado, abordando exclusivamente el proceso de RSE de la empresa mencionada, cuyo universo estuvo representado por la población en general y se tomó como muestra para la entrevista a 120 personas de la misma.</p>
Conclusiones	<p>Las empresas que desarrollan un modelo de RSE basadas en la norma internacional ISO 26000 mejoran su competitividad, generando un impacto directo a la productividad y al bienestar de los colaboradores mitigando los riesgos ambientales, contribuyendo a la comunidad y actuando de manera permanente al cambio e innovación de procesos todo esto fundamentado en principios que permiten disminuir los riesgos de inversión asociados a la organización.</p> <p>La empresa Riopaila Castilla S.A no cumple a cabalidad con las materias fundamentales de la norma internacional ISO 26000; ya que cada uno de los programas que se genere en la empresa tanto para clientes, empleados, proveedores y comunidad ayuda a tener una buena reputación de la empresa, y porque además esto ayuda a comprobar las teorías de cada uno de estos planes, si recaen y quedan en cada uno de las personas; para evitar tal situación, las empresas cada día deben esforzarse por tener un equilibrio de satisfacción tanto con empleados y comunidad en general por los diferentes</p>

programas, clima laboral, o beneficios de mejoramiento de calidad de vida.

Fecha	10 de diciembre de 2020
-------	-------------------------

Introducción

La RSE es el compromiso y obligaciones que tienen entre si los miembros de la comunidad ante el resto de la comunidad, lo cual al traducirse en términos profesionales y empresariales son los compromisos adquiridos y desempeñados por las empresas de manera voluntaria, compromisos que benefician a su entorno más próximo, impactado así de manera positiva con programas que impulsan el bienestar comunitario a través del desarrollo de causas sociales y desarrollo económico.

La RSE nace de la necesidad de cambiar la cultura empresarial, convirtiéndose en una realidad que llevo para quedarse, por lo tanto, es básico y fundamental que las empresas, evolucionen y la apliquen correctamente si quieren permanecer en el tiempo y perdurar en su actividad empresarial.

A partir de los años noventa la responsabilidad social empresarial ha ido cobrando fuerza y evolucionado constantemente, debido al mercado tan saturado y tan competitivo a la vez, por lo tanto, las empresas han tenido que implementar decisiones responsables que establezcan parámetros al interior de la organización y que vayan dirigidas a mitigar los impactos y/o consecuencias de sus decisiones o actividades lo que estas pueden generar en el entorno, medio ambiente o comunidad donde se desarrolla el ejercicio empresarial.

Por lo tanto, la visión actual de responsabilidad social empresarial y su implementación en las organizaciones permite satisfacer las expectativas de todas sus partes y contribuir con el desarrollo social y ambiental.

1. Antecedentes

Fue en los años 50 que el término RSE empezó a conocerse en nuestro país, pero no se implementó sino hasta mucho más tarde en los años 70.

Después de la Revolución Industrial, se consolidaron actividades económicas importantes, que permitieron a las comunidades exigir el ejercicio responsable de la actividad empresarial.

La RSE surgió del proceso de cambio y de la transformación digital, que cada día cobra más fuerza en la cultura organizacional corporativa, convirtiéndose en una realidad en la que las organizaciones sin importar el sector o tamaño hacen que la empresa sea socialmente responsable.

Gracias a la RSE en Colombia se empezaron a crear diferentes tipos de gremios tales como, las Cajas de Compensación Familiar, y las fundaciones, etc.; Las cuales trajeron consigo un nuevo compromiso social dirigido hacia los trabajadores y la sociedad.

Problema de investigación

Planteamiento del problema

Cuando se habla de responsabilidad social se debe tener en cuenta que hace referencia a un compromiso, que se asume de manera voluntaria por las empresas, esto con el fin de contribuir en su propio crecimiento económico, el de la sociedad que le rodea y ambientalmente responsable por los recursos naturales que usa al desarrollar su actividad económica, por lo cual se debe establecer un plan con las funciones detalladas que permitan alcanzar los objetivos trazados; inicialmente se deben identificar las falencias que impidan el correcto desarrollo de aquellos procesos relacionados con responsabilidad social empresarial y su ejecución.

Para la primera fase de este proyecto exploratorio, se seleccionó una empresa modelo para estudio (Riopaila S.A.) y se identificaron ciertos de aspectos relacionados a continuación:

- Es casi nula la contratación de personal en condición de discapacidad, lo que denota una discriminación interna por parte de la empresa.
- Rotación de personal continua, falencias en capacitación interna del personal y el en grado de pertenencia que se percibe por parte de los colaboradores hacia la empresa.
- Se requiere mayor responsabilidad en la evaluación sobre los efectos ambientales generados por la empresa en la zona de influencia.

Es así como se llegó a conclusión, que hay una necesidad de aplicar mejoras en cuanto a los aspectos de tipo social y ambiental, garantizando mejoras en las condiciones laborales de los colaboradores, también que incidan en mejoras en cuanto a la calidad de vida de todos sus grupos de interés. Se logró también identificar la falta de un modelo de gestión que permita garantizar la mejora de dichas situaciones, es por eso que la implementación de un plan de

Responsabilidad Social podría convertirse en una estrategia que permita dar solución a necesidades y alinearse con las nuevas técnicas en cuanto a la administración, en la actualidad a nivel mundial.

En correspondencia, con lo señalado resulta la siguiente pregunta:

Pregunta del problema

¿Cómo formular un plan de responsabilidad social a partir de un diagnóstico empresarial para la empresa de Riopaila Castilla S.A, Pradera, departamento del Valle del Cauca?

Justificación

La responsabilidad social que le corresponde a toda organización, promueven la toma de decisiones con mayor información, promueve un mayor nivel de fidelización, contribuye con la imagen corporativa y aumenta en forma cuantitativa a la rentabilidad a futuro. La responsabilidad Social empresarial, es una herramienta moderna que aborda tres grupos principales de problemas relacionados con una empresa y su entorno: Falta de identidad y cultura empresarial, de entorno y posicionamiento en el mercado y falencias en planeación al establecer objetivos y de desarrollo de actividad económica corporativa.

Identificar los problemas dentro de una organización para contribuir a una toma de decisiones más acertadas que contribuya con mejoras empresariales y directamente en cuanto a la formulación de políticas que direccionen a la empresa en tres niveles; sociales, económicas y medioambientales.

Con respecto a lo señalado; muchas empresas Vallecaucanas, presentan carencias de este tipo de instrumentos, particularmente la empresa Riopaila S.A., ya que en ella no está pendiente desarrollar acciones para implementar prácticas adecuadas de responsabilidad Empresarial que le sean de gran utilidad para implementar mejoras empresariales.

Académicamente esta investigación se desarrolló para aprender cómo se hace la implementación de un plan de RSE, aplicando los conocimientos adquiridos en el proceso de formación profesional en Administración de Empresas en la Universidad Nacional Abierta y A Distancia Sede Palmira, con el fin de mejorar la calidad educativa e investigativa, contribuyendo a formar profesionales que contribuyan al desarrollo social.

Objetivos

Objetivo general

Generación y formulación un plan de responsabilidad social empresarial, para la organizacion de Riopaila Castilla S.A, a partir de un diagnóstico, el cual ira dirigido a los empleados, clientes, la comunidad y su entorno más próximo con el objetivo de generar un alto grado aceptación y de impacto positivo a través de prácticas responsables.

Objetivos específicos

Elaborar un instrumento diagnóstico para conocer el estado actual de la empresa Riopaila Castilla S.A.

Definir un marco lógico para la empresa Riopaila Castilla S.A. como medidas de choque en el fortalecimiento al proceso de planificación empresarial.

Proponer un mapa estratégico que permita el fortalecimiento de las metas de carácter social de la empresa Riopaila Castilla S.A.

Estructurar un plan de mejoramiento para la empresa Riopaila Castilla S.A. como estrategia que enriquezca los procesos responsabilidad social

Crear un código de Ética que sirva como lineamiento para instaurar valores y principios el cual será de conocimiento general para toda la organización y que busque mejorar el ambiente laboral e incremente el desempeño.

2. Marcos referenciales

2.1 Marco conceptual

Ética: Comúnmente la definen como una rama de la filosofía que estudia la conducta del ser humano, lo correcto y lo incorrecto, lo bueno y lo malo, la moral, el buen vivir, la virtud, la felicidad y el deber, por tanto, a nuestra opinión la relacionamos como los principios del ser humano que establecen reglas y normas de comportamientos que permiten tomar decisiones y acciones frente a cada situación. Ariel, (1992) presenta los diferentes enfoques de la idea que apuntan todas y cada una de las reglas de la moralidad. De esta forma se realiza una especie de examen de la razón práctica.

La ética empresarial: Como aspecto fundamental, destaca la importancia de la contribución de la empresa al desarrollo sostenible y a la sociedad en general con principios y normas que deben observar los dirigentes y jefes de los gremios empresariales, El interés por la ética empresarial se produce aludiendo a la falta de libertad de empresa Gómez (1990) y a la existencia de principios éticos profundamente arraigados en la cultura

Pensamiento estratégico: Es aquel que se fija un objetivo, analiza los medios que tiene para alcanzarlo y los organiza para lograr el fin. El pensamiento estratégico tiene en cuenta todos los factores que hay a su alrededor y no se centra únicamente en la consecución de una actividad, si no que engloba todas las actividades y recursos, personal y material de los que se disponen para lograr un objetivo concreto, Morrissey (1996) (citado en Silvestri, 2010), define el pensamiento estratégico como la coordinación de méritos creativos dentro de una perspectiva común, la cual permite a un negocio u organización avanzar hacia el futuro de manera satisfactoria para todos.

Desarrollo social: Es el impacto positivo que se puede generar a una sociedad de manera integral es decir desde todas perspectivas social, económica, ambiental, política, tecnológica entre otras, mediante el desarrollo del capital humano y el capital social, con la convicción del mejoramiento de la calidad de vida de la ciudadanía, de acuerdo con Midgley, (1995) el desarrollo social es “un proceso de promoción del bienestar de las personas en conjunción con un proceso dinámico de desarrollo económico”.

Excelencia empresarial: Es esa medición que se da a las empresas en cuanto a las actividades, estrategias que lleva a cabo para cumplir sus objetivos, se mide en ese cumplimiento y como llegan a ese cumplimiento, el plan de acción ejecutado, además la excelencia empresarial se constituye junto con las normas, La aplicación de las leyes, la garantía de los contratos, el respeto de la palabra, la honradez, la ausencia de corrupción y de violencia, Porter, (1990) indica que la prosperidad no se hereda, sino que se crea y que depende de la capacidad de innovar y mejorar en la excelencia empresarial que la industria del país pueda generar la máxima eficacia en su gestión.

Grupos de interés (Stakeholders): Son personas, grupos, empresas, comunidad en general y la sociedad que posee algún interés y pueden influir sobre la consecución de los objetivos o verse afectados en la existencia y desarrollo de la organización en su importante obrar, es decir la responsabilidad moral de la empresa ante la comunidad y la necesidad de las empresas de relacionarse con su entorno, en materia de intercambios, creando una propuesta de valor (Osterwalder y Pigneur, 2010). Para conseguirlo, una tarea básica es identificar las personas y colectivos con los que se ven obligadas a interactuar

Sostenibilidad: La finalidad de la sostenibilidad es la permanencia en el mercado con innovación y creatividad generando impacto de crecimiento a los diferentes entornos por lo cual se debe concebir la responsabilidad social como una oportunidad para asegurar la protección y la sostenibilidad del planeta para todas las generaciones. Es así que las entidades gubernamentales y no gubernamentales deben emprender la responsabilidad social mediante la integración en el propio modelo de negocio, incorporando las cuestiones sociales, ambientales y de gobernanza en la estrategia y la gestión interna, previendo en todo caso aquellos impactos y riesgos que generen a las culturas humanas.

Estrategia: Es una herramienta útil y se convierte en una unidad fundamental para definir puntos por conseguir y caminos que deben perseguir las empresas con el fin de cumplir con las metas y políticas trazadas por la organización, se convierten en un conjunto de objetivos y políticas para lograr objetivos amplios, Es la dialéctica de la empresa con su entorno. (Ansoff, 1976) y la puesta en práctica de ideas en la vanguardia en la identificación, análisis y evaluación de los elementos precisos para el éxito de la organización, como también la estrategia le da el sentido a la acción de la empresa, para proyectarse a los postulados de la misión, visión y valores de la organización.

Gerencia estratégica: Es un proceso mediante el cual se formulan, ejecutan y evalúan acciones que permitan alcanzar los objetivos propuestos por una determinada organización, son modelos mentales que facilitan armonizar la visión del mundo y de sus participantes (Chiavenato y Sapiro, 2011). Y a la vez es un instrumento que administra y ordena los cambios, define objetivos, se crean formas para conseguirlos, se reconoce el liderazgo y la toma de decisiones, se

identifican debilidades y fortalezas internas y se determinan oportunidades y amenazas externas.

La aplicación de la Gerencia Estratégica permite el monitoreo continuo de los hechos y las tendencias internas y externas en las que se desenvuelven las organizaciones, adecuándose, previendo los cambios y buscando un crecimiento sustentado.

2.2 Marco teórico

¿Qué es la RSE en el mundo empresarial?

La responsabilidad social empresarial hace parte de la cultura corporativa de una empresa especialmente hace referencia al sentido de responsabilidad o de la respuesta que da una organización sobre los impactos y/o consecuencias de sus decisiones o actividades que pueden generar en la sociedad y en el medio ambiente como consecuencia al desarrollo de sus actividades económicas, donde deben asumir compromisos que permitan asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social sostenible y el equilibrio ecológico de su entorno, dichas acciones deben ser encaminadas al buen comportamiento ético de la empresa ante la sociedad.

Porque es importante la responsabilidad social, El rol que desempeñan las empresas en las sociedades donde funcionan, no solo generan fuentes de trabajos y responsabilidad monetaria, además aportan o generan progreso para las regiones en varios ámbitos a este punto se le denominan “responsabilidad social empresarial” El desarrollo de RSE no es solo ayuda a la sociedad, se requiere para proyectar una buena imagen de la empresa y mantener su reputación porque esta influye sobre la perspectiva del cliente y proveedores, además mediante esta se da a conocer la empresa y su lado bueno, lo que la diferencia de la competencia y le permite posicionarse no solo en el mercado sino en la mente de los clientes y los consumidores.

¿De dónde surge la RSE sus obligaciones y cuáles son los grupos de Interés?

La RSE surgió del proceso de cambio y de la transformación digital, que cada día cobra más fuerza en la cultura organizacional corporativa, convirtiéndose en una realidad en la que las organizaciones sin importar el sector o tamaño hacen que la empresa sea socialmente responsable.

Cansino, C. y Morales, M. (2008) expresan: “las actividades de RSE son entendidas como acciones que ejecuta el área de marketing con el objetivo de posicionar la marca de la empresa entre las personas y grupos directamente relacionados”

La RSE es el compromiso y obligaciones que tienen entre si los miembros de la comunidad ante el resto de comunidad, lo cual al traducirse en términos profesionales y empresariales son los compromisos adquiridos y desempeñados por las empresas de manera voluntaria, compromisos que benefician a su entorno más próximo, impactado así de manera positiva con programas que impulsen el bienestar comunitario a través del desarrollo de causas sociales como educación y desarrollo económico a la vez.

Es acertado incluir que Las prácticas de RSE tienen impacto en diversos grupos de interés como, lo son: clientes, empleados, comunidad, entre otros. Heydari et al. (2011) y Periné al. (2011)

Por lo tanto, llegados a este punto ya sabemos que es la RSE, ahora veremos qué no es la RSE, muchas personas y empresas creen que es moda, que es algo pasajero y que realizando ciertos actos puntuales ya están realizando y poniendo en práctica la RSE; Pero lo cierto y real es que La RSE llegó para quedarse, y es necesario que las empresas, evolucionen y la apliquen correctamente si quieren permanecer en el tiempo y perdurar en su actividad empresarial.

La RSE el Marketing Interrogantes y Beneficios

Hoy en día existen algunas empresas, que usan la RSE, como estrategia de marketing, y solamente con el objetivo de elevar sus beneficios y captar muchísimos clientes, objetivo erróneo ya que, si se quiere conseguir el éxito y un lugar privilegiado en todos los sectores, tanto en lo empresarial, como social, y legal se debe contar con una visión clara, social, global, económica y medioambiental, que sea beneficiosa para todas las partes.

Después de ver qué es y que no es RSE me empiezan a surgir muchos interrogantes como a quién sirve la RSE, y la respuesta es, así mismo como organización, así como también a los grupos que logra beneficiar de forma directa y a los que en gran parte mejoran el entorno social al que van dirigidos por parte de las organizaciones.

Algunos de los beneficios que podemos identificar, es la productividad, empezando por mejorar el ambiente laboral a su interior con énfasis en promover los recursos humanos que beneficien a todas las partes de la organización a mediano y largo plazo para lograr tener una cultura de apreciación laboral y retención en el trabajo, buscando el continuo bienestar de los empleados reduciendo así los niveles de estrés y logrando una mayor satisfacción y compromiso por parte de los empleados, así como identificación de su empresa, con una menor rotación de personal y ausentismo (Zhang, 2010 y Jalil et al., 2010).

Otro de los grandes beneficios es la consecución de la lealtad de la clientela, teniendo una calidad impecable al comercializar los productos, demostrando así la preocupación por el entorno social, y comunitario.

El impacto económico de la RSE en las empresas

Para el análisis del tema al que hace referencia este ensayo la RSE, se debe tener en cuenta inicialmente que para su implementación se requiere de estrategias, que permitan dar la gestión adecuada a esta práctica, donde no solo un buen producto o servicio logra satisfacer el

cliente, también se requiere de mostrar como una organización logra mitigar los impactos negativos que produce en su entorno al desarrollar su actividad económica e intervienen en dicho proceso clientes, empleados, comunidad, proveedores, entre otros.

Según (Méndez, A., Rodríguez, M & Cortez, K. 2019) el fomentar relaciones positivas con los clientes puede tener impactos positivos como el aumento de las ventas, como puede influir en la satisfacción de los clientes también, el compromiso y motivación de los colaboradores.

Cabe resaltar que el desempeño financiero de una empresa es el que define el desarrollo de las actividades y la inversión destinada a la RSE. El tamaño de la empresa es otro factor que define las prácticas y los efectos de la RSE, debido a que aquellas empresas grandes y socialmente reconocidas hacen que sus prácticas sean públicas por su popularidad y posicionamiento en el mercado, aunque esto puede ser contraproducente, así como puede beneficiar puede hacer el efecto contrario, el de apuntar a una mala reputación.

Como también podríamos decir que los impactos negativos al medio ambiente de una empresa grande son superiores a los de una empresa de menor tamaño, al igual que mayor tamaño de sus recursos financieros, más alta es la posibilidad de invertir en prácticas de RSE.

Es por ello por lo que encontramos que factores como lo son; el tamaño, riesgo y rentabilidad influyen en dichas las prácticas destinadas en mitigar los daños generados al entorno y a aportar desarrollo a la sociedad.

Encontramos algunas empresas que desarrollan su actividad económica y a su vez camuflan que están ejecutando programas de RSE con la comunidad, como se puede interpretar de acuerdo al análisis realizado por (Pérez-Sanz, J, Gargallo-Castel, A & Esteban-Salvador, L.2019)cuando en realidad lo que están haciendo es ejercer su actividad económica; empresas

como los bancos que ofrecen préstamos a poblaciones vulnerables y con menores ingresos, con tasas más bajas y productos especiales todo esto haciendo parecer que están comprometidos con la ayuda a la sociedad cuando en realidad lo que hacen ejecutar sus actividades económicas y hacen parecer otra realidad.

Por lo que esto les sirve para mostrar un compromiso con su entorno cuando no es cierto, es pura fachada ante los ojos de la sociedad.

Las empresas deben tener como un deber el rendir cuentas en el desarrollo de sus acciones, demostrando que estas se ejecutan de manera responsable y ético, de forma transparente siempre enfocadas a todos los intereses de sus grupos de interés, es así que instituciones como las universidades implementan modelos de gestión donde participen desde sus estudiantes hasta personal administrativo y comunidad e involucrándolos en la toma de decisiones que les permitan el desarrollo de la RSE, todo estos siempre con la visión de formar personas que apunten al bienestar de planeta, e impulsen el desarrollo no solo de la comunidad sino de la sociedad.

2.3 Marco institucional de la empresa

La empresa Riopaila Castilla S.A. posee amplias y adecuadas instalaciones para todas las operaciones de productivas (Ver figura 1).



Figura 1: Panorámica planta de producción empresa Riopaila

Fuente:

<https://www.google.com/search?q=imagen+empresa+rio+paila&newwindow=1&sxsrf=ALeKk00NDDvm7-4NK-Rlar5PIHAuRfHj2w:1606956754835&source=lnms&tbn=isch&s>

En correspondencia con este marco se describe en primera medida el nombre de la empresa: RIOPAILA CASTILLA S.A.

La cual pertenece al sector: Agroindustrial; la que se encuentra ubicada, en el km 30 vía Cali- Florida en el Municipio de Pradera Valle

La empresa, tiene como **misión:** Empresa agroindustrial dedicada al cultivo, cosecha, procesamiento y comercialización en diferentes cadenas productivas, para mercados domésticos e internacionales de consumo alimenticio, industrial y energético; creando de manera sostenible valor compartido para todos los grupos de interés.

Del mismo modo, tiene como **visión:** Cultivando el campo con excelencia y cosechando un futuro sostenible.

Todos los productos elaborados en la empresa Riopaila Castilla S.A. tienen su base en la caña de azúcar, (Ver figura 2), consumidos tradicionalmente por gran parte de las familias colombianas.



Figura 2: Productos de la empresa Riopaila

Fuente:

https://www.google.com/search?q=imagen+empresa+rio+paila&newwindow=1&sxsrf=ALeKk00NDDvm_7-4NK-

Y como **valores empresariales:**

- Operamos de manera sostenible
- Somos respetuosos
- Actuamos con integridad
- Cooperamos para alcanzar la excelencia
- Somos comprometidos y disciplinados

2.4 Marco legal

En el año 2009 se publica la norma internacional ISO 26000, que ofrece guías voluntarias y orientación para la responsabilidad social, más, sin embargo, no es una norma certificable, más bien es una herramienta de gestión que utilizan muchas organizaciones de cualquier sector para

mejorar su capacidad de competitividad, su valor agregado, la sostenibilidad y el crecimiento de la entidad a largo plazo.

El proceso de normalización de la responsabilidad en Colombia, comienza en el año 2002 con la iniciativa de funcionarios de la empresa Comfama, departamento de Antioquia, quienes manifiestan la preocupación por el tema y mandan una carta al ICONTEC como organismo colombiano de normalización, quien inicia el proceso de creación del respectivo documento, con el apoyo de universidades, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, sindicatos, empresas e industrias. Comfama presenta el primer documento para comenzar la realización de la guía técnica colombiana en responsabilidad social, insumo llamado estado del arte de la RS, con respecto a la difusión, normalización y certificación a nivel mundial.

La finalidad de ICONTEC y más de 200 organizaciones involucradas, fue establecer directrices y orientaciones que deben tomar las organizaciones en el ejercicio responsable de las actividades empresariales, con el objetivo de generar oportunidades para todos los grupos de interés, que representen equidad social, oportunidades, protección del entorno y por ende, mejor calidad de vida.

Más tarde y exactamente en junio del 2008, el contenido de la guía técnica colombiana 180 de responsabilidad social fue aprobada por el concejo técnico de ICONTEC, en asamblea general, dando paso a las posibilidades de carácter voluntario a involucrar tales directrices y orientaciones en la gestión de cada empresa, ya que proporcionan una gestión socialmente responsable en la gobernanza de las organizaciones, más allá de un marco legal es aportar al desarrollo sustentable y sostenible, para el bienestar y la mejor calidad de vida de las personas.

Todas las materias fundamentales de la norma ISO 26000 son pertinentes y contienen varios asuntos, por lo cual, cada organización puede identificar qué asuntos son importantes y pertinentes para ser elegidos por la organización.

Frente al tema de la RS, claramente se establece en la Ley 136 de 1994 en el Artículo 3 que habla de las funciones del municipio, en el numeral 6, se decreta que el ente territorial debe velar por el adecuado manejo de los recursos naturales y el medio ambiente, además se establece el numeral 7, que el municipio debe promover el mejoramiento económico y social de sus habitantes. Como se puede evidenciar en la anterior disposición legal, que es deber del municipio como empresa, orientar esfuerzos hacia la búsqueda de mejorar las condiciones de vida de las personas y trazar políticas públicas en defensa y protección de los recursos naturales.

Vale la pena resaltar lo establecido en la Constitución Política de 1991 en el art 79, en donde se establece que:

Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano. La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines. (Constitución Política de 1991)

Se destaca la sana intención del Estado colombiano en promulgar normas como lo establece nuestra carta magna, en establecer como derecho fundamental para todas las personas de disfrutar de un ambiente agradable.

Metodología

Este trabajo fue de corte cualitativo ya que se caracteriza por que sus procedimientos no estandarizados, la entrevista fue el instrumento que contribuyó en la recolección de datos.

Tipo de estudio

Este estudio se enmarco en el tipo de estudio cuantitativo, con un ámbito específico y delimitado, abordando exclusivamente el proceso de RSE de la empresa Riopaila ubicada en el Municipio de Pradera Valle del Cauca.

Período y lugar donde se realiza la investigación

El período de recolección de información primaria se generó entre los días, 19, 20, 21, 22 y 23 del mes de octubre del presente año (2020); es decir fueron cinco (5) días, los que se ocuparon para la recolección de la información y que debido a la situación de salud a causa de la pandemia Covid-19, fue necesario la realización de las encuestas a través del aplicativo WhatsApp.

Universo y Muestra

El universo estuvo representado por la población en general de la empresa Riopaila y se tomó como muestra para la entrevista a 120 personas de la misma.

Método

Acorde con lo esperado por este estudio, para la recopilación de datos fue necesario y pertinente diseñar entrevista, la que tuvo estructurada a partir de diez (10) preguntas directas, cada una de ellas con tres variables cada una de ellas a escoger por el entrevistado/a.

Fuentes

Dentro del proceso de investigación se utilizaron fuentes primarias y secundarias.

La fuente primaria, se hizo directamente con trabajadores de la empresa e informes administrativos oficiales.

Las fuentes secundarias se obtuvieron a través periódicos locales e información de leyes, normas y teorías de RSE que se obtuvieron a través de la biblioteca de la UNAD.

Actividades

A continuación, se relacionan las actividades más importantes que permitieron el alcance de los objetivos específicos:

- Se realizó revisión bibliográfica que permitió determinar el impacto de las actividades de RSE implementadas por la empresa en la comunidad.
- Se determinaron las variables de estudio para diseñar el instrumento de levantamiento de la información.
- Se determinó el método y se diseñó el instrumento para la toma de datos generales de las empresas.
- Se aplicó el instrumento para la toma de datos generales.
- Se diseñaron variables para realizar el diagnóstico
- Se realizó análisis de la información
- Se identificó la situación problemática a través de árbol de problemas y objetivos
- Se diseñaron estrategias para la solución problemática.

Desarrollo de la investigación

Estructura organizacional de la empresa

A continuación, se muestra el sistema organizacional de la empresa Riopaila Castilla (Ver figura 3) con lo que se considera posible el crecimiento de la misma.



Figura 3: Estructura organizacional- Empresa RIOPAILA CASTILLA S.A del municipio de Pradera departamento del Cauca

Fuente: empresa Riopaila

De la misma manera se muestra un mapa de intervención social estratégica de la empresa Riopaila Castilla (Ver figura 4) evidenciando los espacios de incidencia y resultados desde y para el favorecimiento de la comunidad a partir de las acciones adelantadas por la misma apuntando estratégicamente en lo social logrando a su vez rentabilidad económica.

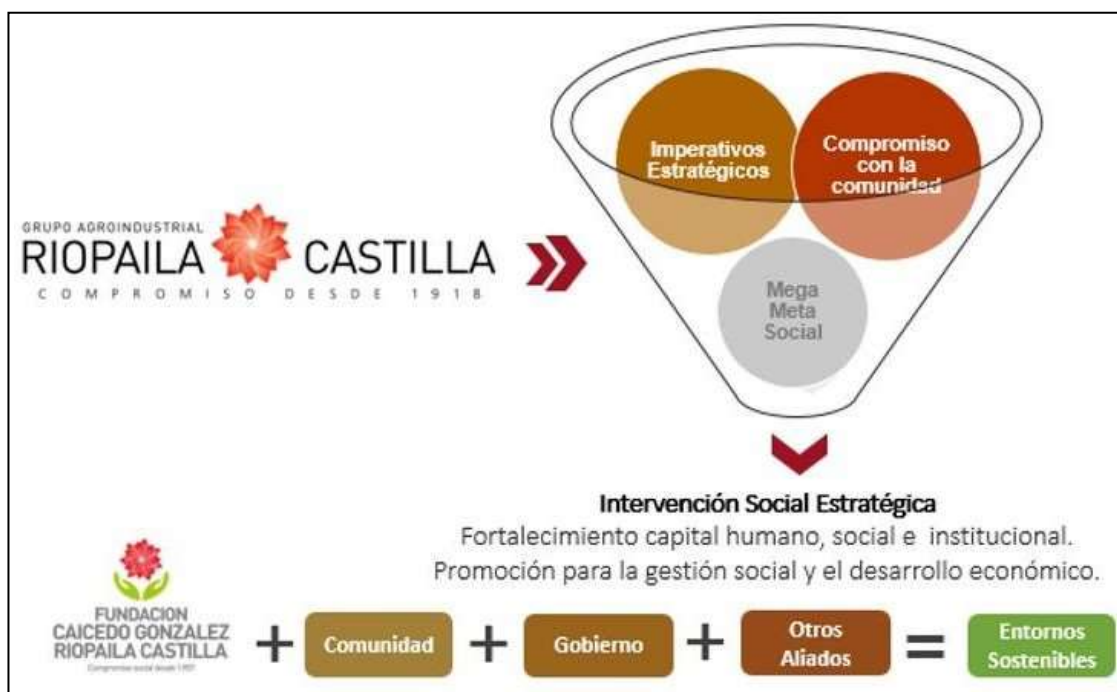


Figura 4: Mapa de procesos de intervención social

Fuente: <https://www.riopaila-castilla.com/fundacion/>

3. Resultados

3.1 Diagnostico

Para la recolección de información se utilizó la entrevista, dicho instrumento se aplicó a los grupos de interés de la empresa, es decir, a los directivos y trabajadores de la empresa, a proveedores, clientes y comunidad, el acercamiento a cada uno de los personajes integradores permitió hacer una recolección de datos y arrojo el estado actual en asunto de la responsabilidad social empresarial de la empresa RIOPAILA CASTILLA S.A.

Las variables que se seleccionaron para la ejecución del diagnóstico, son las materias fundamentales de la norma ISO 26000 enfocada en Dicho tema.

Entrevista al personal de trabajo de la empresa RIOPAILA CASTILLA S.A.

3.2 Análisis de resultados de la entrevista

Acorde con lo planteado en el objetivo específico 1 a través del diagnóstico que permitirá medir el conocimiento que los trabajadores tienen con respecto a la empresa Riopaila para ello se realiza una entrevista y con ello se analizan los resultados.

La muestra de la entrevista: Representada con un total de personas entrevistadas colaboradores de las diferentes áreas de la empresa Riopaila el cual fue de ciento veinte (120).

Forma de recolección de la información: Personalizada, a través de grupo de WhatsApp de empleados de la empresa objeto de este estudio.

El período de recolección de la información a través de la entrevista: lunes 19, martes 20, miércoles 21, jueves 22 y viernes 23 del mes de octubre del presente año (2020).

Tabla 1. Beneficiarios acorde con los objetivos de la empresa

1. ¿Los objetivos de la empresa con relación a la responsabilidad social empresarial benefician a los grupos de interés y el entorno?		
Tipo de pregunta	Frecuencia	Porcentaje %
a. De acuerdo	75	63%
b. En desacuerdo	35	29%
c. No opina/No sabe	10	8%
Total	120	100%

Fuente: elaboración propia



Figura 5: Beneficiarios acorde con los objetivos de la empresa

Fuente: elaboración propia

Con relación a los datos obtenidos y registrados (Ver tabla 1) y representados (ver figura 5); donde los trabajadores de la empresa están de acuerdo en un 63%, con los objetivos empresariales que benefician a su grupo de interés y el entorno, mientras el 29% de sus trabajadores están en desacuerdo es decir, que la empresa Riopaila de alguna manera está beneficiando a sus grupos de interés, más sin embargo debe implementar o rectificar sus objetivos para lograr sus objetivos empresariales en un porcentaje más significativo y el 8% restante no opinan al respecto.

Tabla 2. Nivel de contratación de la empresa a población con discapacidad

2. ¿La empresa contrata a personas con algún tipo de discapacidad?		
Tipo de pregunta	Frecuencia	Porcentaje %
a. De acuerdo	15	12%
b. En desacuerdo	45	38%
c. No opina/No sabe	60	50%
Total	120	100%

Fuente: elaboración propia



Figura 6: Oportunidad laboral a discapacitados

Fuente: elaboración propia

Tal como se registran los datos (Ver tabla 2) y se representa (Ver figura 6), donde el 50% de los funcionarios de la empresa No saben o no opinan acerca de este tipo de contrataciones, mientras que el 38% de los trabajadores están en desacuerdo, lo que significa que la empresa no está dando oportunidad de trabajo a estas personas, es decir que deben replantear este tema con la oficina de recursos humanos para seleccionar unos cargos para este grupo de personas y poder contribuir a al desarrollo social y económico de este grupo focalizados en su entorno y solo el 12% de los mismos manifiestan estar de acuerdo.

Tabla 3. Garantía de los derechos humanos por parte de la empresa

3. ¿La empresa promueve regularmente el respeto y garantía de los derechos para trabajadores, proveedores y comunidad?		
Tipo de pregunta	Frecuencia	Porcentaje %
a. De acuerdo	80	67%
b. En desacuerdo	20	17%
c. No opina/No sabe	20	16%
Total	120	100%

Fuente: elaboración propia

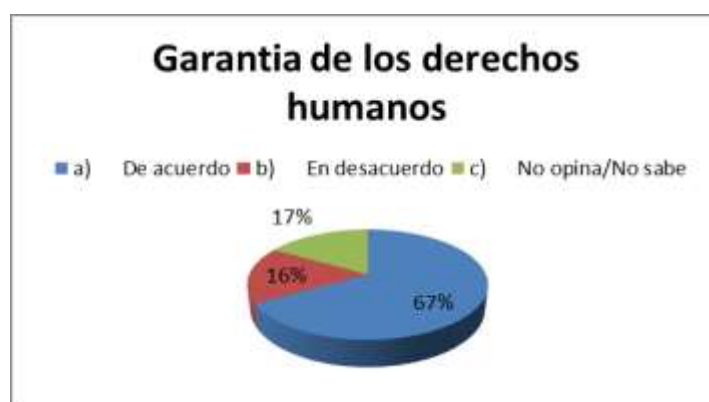


Figura 7: Garantía de los derechos humanos

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a los datos registrados (Ver tabla 3) y plenamente graficado (Ver figura 7); se pudo evidenciar que el 67% de los trabajadores reconocen o están de acuerdo que la empresa promueve el respeto y garantía de los derechos de sus trabajadores, mientras que el 17% no opina o no sabe y el 16% restante está en desacuerdo, es decir que la empresa le falta ejecutar programas en defensa de los derechos humanos, para mantener motivados a sus empleados.

Tabla 4. Garantía del uso sostenible de los recursos

4. ¿La empresa aplica programas que garantizan el uso sostenible de los recursos como lo plantea su visión?		
Tipo de pregunta	Frecuencia	Porcentaje %
a. De acuerdo	95	79%
b. En desacuerdo	20	17%
c. No opina/No sabe	5	4%
Total	120	100%

Fuente: elaboración propia



Figura 8: Sostenibilidad de los recursos

Fuente: elaboración propia

Según lo registrado (Ver tabla 4) y debidamente graficado (Ver figura 8) donde el 79% de los trabajadores de la empresa están de acuerdo con las campañas de manejo del medio ambiente y la conservación de recursos naturales, como también en el uso adecuado de la materia prima para su producción, implementados al interior de la empresa, y un 17 % de sus trabajadores están en desacuerdo con las acciones desarrolladas en pro de sostenibilidad de los recursos, es decir que la empresa contribuye activamente con la preservación del medio ambiente, pero se necesita más programas y por su parte el 4% restante respondió No opinar/No sabe.

Tabla 5. Evaluación del impacto ambiental por parte de la empresa

5. ¿La empresa evalúa frecuentemente el impacto ambiental generado por su operación?		
Tipo de pregunta	Frecuencia	Porcentaje %
a. De acuerdo	55	46%
b. En desacuerdo	50	42%
c. No opina/No sabe	15	12%
Total	120	100%

Fuente: elaboración propia

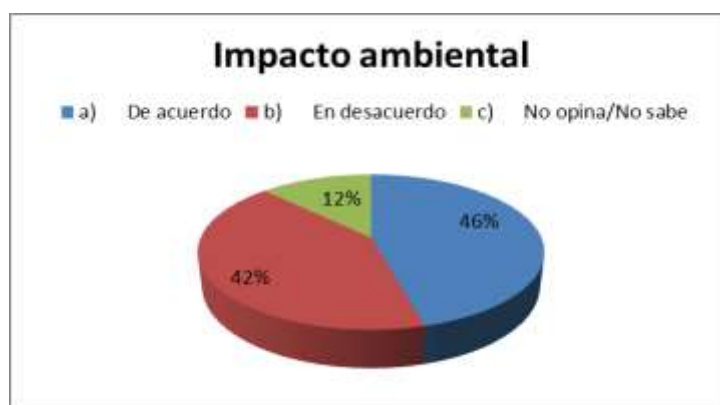


Figura 9: Impacto ambiental

Fuente: elaboración propia

Basados en lo registrado (Ver tabla 5) y representado de manera gráfica (Ver figura 9); donde el 46% de sus trabajadores está de acuerdo como la empresa evalúa los impactos ambientales de sus procesos de operación y producción, pero el 42% casi la mitad de los trabajadores están en desacuerdo como se evalúa dichos impactos, es decir que la gerencia de la empresa debe buscar otro modelo para evaluar los impactos ambientales provocados por sus procesos de producción y comercialización. Por su parte el 12% de los mismos respondieron No opina/no sabe.

Tabla 6. Uso y manejo de residuos sólidos por parte de la empresa

6. ¿La empresa da el uso y el manejo correcto de acuerdo a las políticas ambientales de los residuos sólidos emanados por su operación industrial?		
Tipo de pregunta	Frecuencia	Porcentaje %
a. De acuerdo	65	54%
b. En desacuerdo	40	33%
c. No opina/No sabe	15	13%
Total	120	100%

Fuente: elaboración propia



Figura 10: Uso y manejo de residuos solidos

Fuente: elaboración propia

Acorde con lo descrito (Ver tabla 6) y representado de manera gráfica (Ver figura 10) donde se evidencia que el 54% de los trabajadores están de acuerdo como la empresa le da el manejo a los residuos sólidos emanados por el proceso de industrialización, pero el 33% de los trabajadores no están de acuerdo como se lo maneja, es decir la empresa debe implementar alternativas de uso correcto para no contaminar el medio ambiente y el 13% de los mismos No opina/No sabe con respecto al interrogante establecido.

Tabla 7. Compromisos éticos de la empresa

7. ¿Los compromisos éticos con empleados, clientes y con la comunidad, se aplican de forma correcta enfocados en beneficiar la comunidad?		
Tipo de pregunta	Frecuencia	Porcentaje %
a. De acuerdo	45	38%
b. En desacuerdo	65	54%
c. No opina/No sabe	10	8%
Total	120	100%

Fuente: elaboración propia

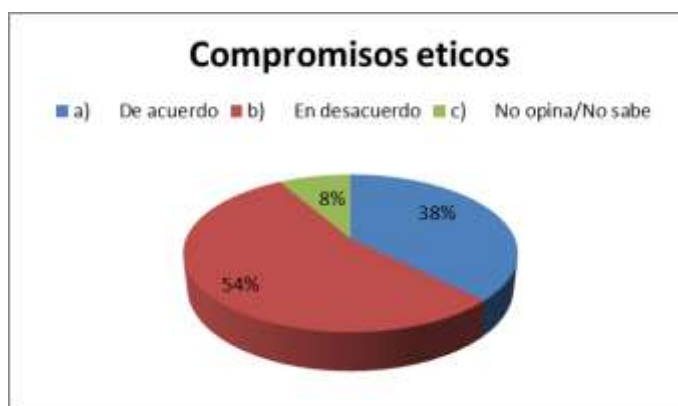


Figura 11: Compromisos éticos

Fuente: elaboración propia

En ese mismo sentido, el registro de los datos (Ver tabla 7) representado gráficamente (Ver figura 11), donde se muestra que el 54% de los trabajadores de la empresa están de acuerdo, de la manera como cumple sus compromisos a todas las partes interesadas estipulados en el código ético de la empresa, más sin embargo hay un 38% de los trabajadores que no están de acuerdo como la empresa se enfoca a cumplir sus compromisos éticos, lo cual se necesita más compromiso por parte de la entidad y únicamente el 8% se identificó con la opción No opina/No sabe.

Tabla 8. Tenencia y publicación estatutos anticorrupción de la empresa

8. ¿La empresa tiene publicados y además cumple sus estatutos anticorrupción?		
Tipo de pregunta	Frecuencia	Porcentaje %
De acuerdo	45	38%
En desacuerdo	65	54%
No opina/No sabe	10	8%
Total	120	100%

Fuente: elaboración propia



Figura 12: Estatutos anticorrupción

Fuente: elaboración propia

También se logró registrar los datos (Ver tabla 8) información lograda de la población encuestada, del mismo modo se representó gráficamente los datos (Ver figura 12); donde el 54% de los trabajadores están en desacuerdo como la empresa lleva acabo los estatutos de anticorrupción y solo el 38% de los trabajadores están de acuerdo como la empresa a implementados dichos estatutos, es decir que la empresa debe ser más transparente en todos sus procesos y el 8% de los mismos se limitaron a responder No opina/No sabe.

Tabla 9. Mecanismos de recepción quejas y reclamos en la empresa

9. ¿la empresa utiliza mecanismos suficientes para recibir las quejas y reclamos de sus clientes y proveedores, además da el seguimiento y solución pronta a los casos?		
Tipo de pregunta	Frecuencia	Porcentaje %
De acuerdo	59	49%
En desacuerdo	38	32%
No opina/No sabe	23	10%
Total	120	100%

Fuente: elaboración propia



Figura 13: Quejas y reclamos

Fuente: elaboración propia

Por su parte el registro de los datos logrados en la encuesta (Ver tabla 9), lo que se representa graficado (Ver figura 13); donde el 49% de los trabajadores está de acuerdo con los mecanismos y soluciones que da la empresa a las quejas y reclamos de sus clientes y proveedores, mientras el 32% de los trabajadores están en desacuerdo a dichos mecanismos de quejas y soluciones, es decir que se necesita más mecanismos de recepción y agilidad en la resolución de problemas y el resto de la población; es decir el 19% se identificaron con la opción No opina/No sabe.

Tabla 10. Promoción del desarrollo económico y social de la empresa

10. ¿La empresa aplica y desarrolla programas que promuevan el desarrollo económico y social de la comunidad?		
Tipo de pregunta	Frecuencia	Porcentaje %
De acuerdo	65	54%
En desacuerdo	52	43%
No opina/No sabe	3	3%
Total	120	100%

Fuente: elaboración propia



Figura 14: Desarrollo económico y social

Fuente: elaboración propia

Finalmente, el registro de los datos logrados (Ver tabla 10), lo que se representa gráficamente (Ver figura 14); permitiendo evidenciar que el 54% de los trabajadores está de acuerdo con las diferentes actividades enfocadas al desarrollo económico y social de la comunidad y el 43% de los trabajadores está en desacuerdo como aplica y desarrolla dichos programas, más sin embargo es deber de las organizaciones promover programas de apoyo a comunidades vulnerables, programas ambientales, programas educativos, programas de convivencia y programas de seguridad ciudadana y solo el 3% de ellos No opina/No sabe.

3.2.1 Mapa de problemas de la empresa Riopaila Castilla S.A.

El siguiente mapa (Ver figura 15) permite evidenciar todas esas series de debilidades que de alguna manera no han permitido que se logren los objetivos trazados en referencia con los compromisos éticos al interior de la empresa.



Figura 15: Árbol de problemas

Fuente: esta investigación

3.2.2 Árbol de objetivos

En el presente árbol (ver figura 16) se encuentra la trayectoria o camino pertinente que debe seguir la empresa para lograr alcanzar de manera segura y eficiente los compromisos éticos con el grupo de interés próximo a la misma.

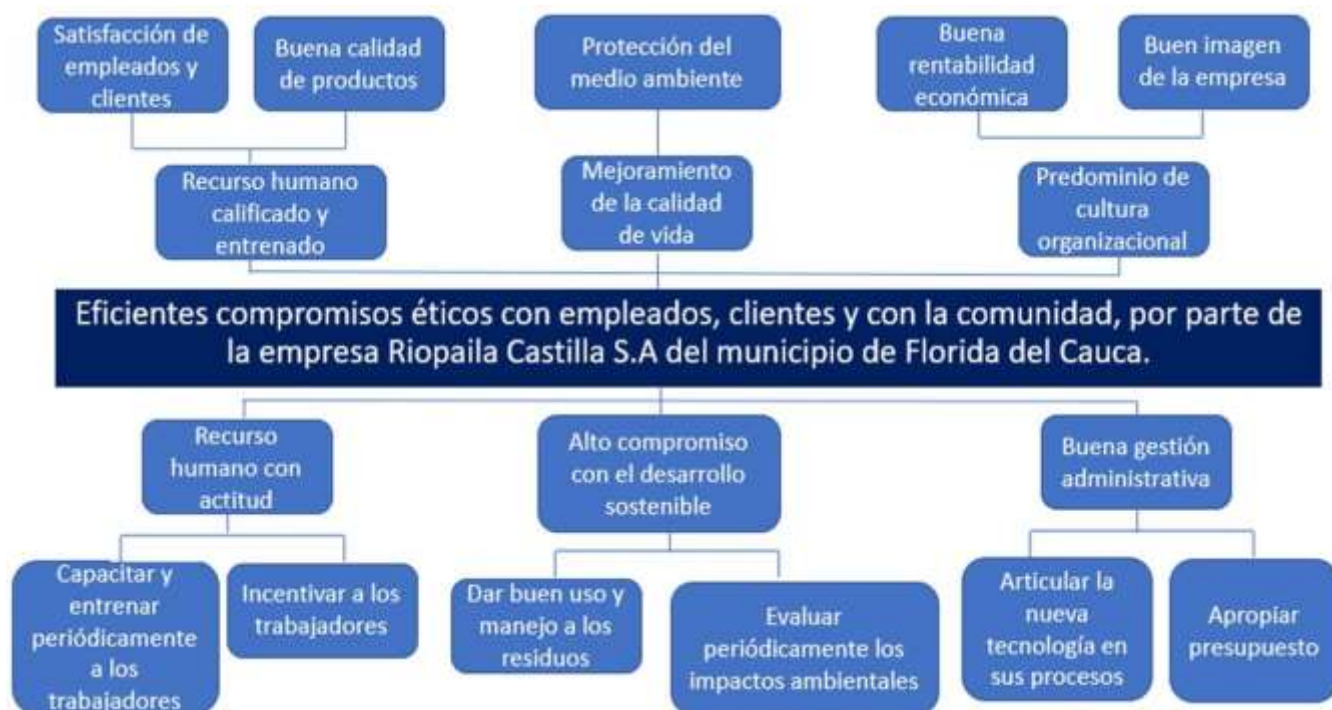


Figura 16: Árbol de objetivos

Fuente: esta investigación

3.3 Mapa estratégico

En presente mapa estratégico (Ver figura 17) describe de manera coherente las cuatro perspectivas: 1. perspectiva de mercado, 2. perspectiva financiera, 3. perspectiva de procesos internos y la 4. Perspectiva de crecimiento y aprendizajes con ellas se permite el logro efectivo de la estrategia trazada en la empresa.



Misión: Empresa Agroindustrial dedicada al cultivo, cosecha, procesamiento y comercialización en diferentes cadenas productivas, para mercados domésticos e internacionales de consumo alimenticio, industrial y energético; creando de manera sostenible valor compartido

Figura 17: Mapa estratégico

Fuente: esta investigación

4. Plan de mejoramiento

4.1 Definición del plan de acción

El plan de acción trabaja en la evolución significativa de ingresos y retornos, (Ver figura 18) consiguiendo responsable y sosteniblemente, beneficio para los interesados, contribuyendo paulatinamente a dar mayor valor a las personas y a la sociedad. Todo lo anterior con la motivación de los colaboradores como elemento clave de la interacción de la empresa con la sociedad.

PLAN DE ACCION EMPRESA RIOPAILA CASTILLA SA					
DIMENSION	OBJETIVO	ESTRATEGIA	PLAZO	COSTO	INDICADOR
ECONÓMICA	Generar Rentabilidad Económica y Financiera	Aumentar las ventas en un 3%	Anual	\$ 300.000.000	$((\text{Ventas del presente año} / \text{Ventas del año anterior}) - 1) * 100$
SOCIAL	Capacitar a Todos los Colaboradores sobre RSE y Calidad	Socialización de tema Responsabilidad social empresarial entre los empleados, enfocado en la importancia y los beneficios que tiene su implementación en la empresa. Como puede aportar cada colaborador.	Anual	\$ 150.000.000	$((\text{Número de Colaboradores capacitados en RSE} / \text{Número total de colaboradores}) * 100)$
AMBIENTAL	Promover Políticas de Conservación y Protección del Medio Ambiente	Capacitar continuamente en el manejo de residuos de la agroindustria el personal contratado para dicha labor.	Anual	\$ 200.000.000	$((\text{Número de Colaboradores capacitados en manejo de Residuos} / \text{Número total de colaboradores de dicha área}) * 100)$

Figura 18: Plan de Acción

Fuente: esta investigación

4.2 Plan de Seguimiento a la empresa

Todo proceso de mejora requiere un debido seguimiento (Ver figura 19) todo esto con el fin de darse cuenta si lo que se ha planteado está dando los resultados esperados y porque además permite adelantar medidas de ajuste y control para alcanzar los objetivos trazados.

PLAN DE SEGUIMIENTO PARA LA EMPRESA RIOPAILA CASTILLA SA					
DIMENSION	OBJETIVO	ESTRATEGIA	PLAZO	INDICADOR	SEGUIMIENTO
ECONÓMICA	Generar Rentabilidad Económica y Financiera	Aumentar las ventas en un 3%	Anual	$((\text{Ventas del presente año} / \text{Ventas del año anterior}) - 1) * 100$	El logro de este objetivo esta basado en aumentar las ventas el 3% anual con relación al año anterior, para el logro de este se debe dividir en los 12 meses dicho porcentaje. El no cumplimiento generará la implementación de nuevas estrategias.
SOCIAL	Capacitar a Todos los Colaboradores sobre RSE Y Calidad	Socialización de tema Responsabilidad social empresarial entre los empleados, enfocado en la importancia y los beneficios que tiene su implementación en la empresa. Como puede aportar cada colaborador.	Anual	$((\text{Número de Colaboradores capacitados en RSE} / \text{Número total de colaboradores}) * 100)$	Se tendrá la totalidad de 12 meses para la capacitación de personal es por ello, que se debe dividir el total de los colaboradores y poder cumplir un porcentaje mensual, se ejecutara mediante la contratación de un profesional externo.
AMBIENTAL	Promover Políticas De Conservación Y Protección Del Medio Ambiente	Capacitar continuamente en el manejo de residuos de la agroindustria el personal contratado para dicha labor.	Anual	$((\text{Número de Colaboradores capacitados en manejo de Residuos} / \text{Número total de colaboradores de dicha área}) * 100)$	Mitigar daños ambientales mediante la capacitación de personal, que disponga de forma correcta de residuos de todo tipo. De manera constante mensual se capacitara el personal en diferentes temas durante 12 meses.

Figura: 19: Plan de Seguimiento

Fuente: esta investigación

Conclusiones

Después de haber realizado todo el estudio correspondiente a la temática señalada, nos permitimos citar las siguientes conclusiones:

Las empresas que desarrollan un modelo de RSE basadas en la norma internacional ISO 26000 mejoran su competitividad, generando un impacto directo a la productividad y al bienestar de los colaboradores mitigando los riesgos ambientales, contribuyendo a la comunidad y actuando de manera permanente al cambio e innovación de procesos todo esto fundamentado en principios que permiten disminuir los riesgos de inversión asociados a la organización.

La empresa Riopaila Castilla S.A no cumple a cabalidad con las materias fundamentales de la norma internacional ISO 26000; ya que cada uno de los programas que se genere en la empresa tanto para clientes, empleados, proveedores y comunidad ayuda a tener una buena reputación de la empresa, y porque además esto ayuda a comprobar las teorías de cada uno de estos planes, si recaen y quedan en cada uno de las personas; para evitar tal situación, las empresas cada día deben esforzarse por tener un equilibrio de satisfacción tanto con empleados y comunidad en general por los diferentes programas, clima laboral, o beneficios de mejoramiento de calidad de vida.

Finalmente, la Responsabilidad Social Empresarial es un camino que permite generar equidad social y oportunidades para todos, y que demuestra que Colombia ha trabajado en la superación de este problema mediante esquemas más cooperativos que implican un trabajo en equipo entre el Estado, las empresas y las comunidades.

Recomendaciones

Las organizaciones que carecen de un plan de RSE, están en el deber de tomar la iniciativa frente al tema, identificar quienes son sus grupos de interés, apuntar a compromisos que estén dispuestos a cumplir, implementar planes y acciones de mejora que se puedan cumplir y asumir una responsabilidad voluntaria frente a cada grupo de interés.

Los directivos de las empresas deben ser conscientes que la RSE es un proceso dinámico y flexible al cambio, que implica realizarlo primero internamente en la organización, para después realizarlo externamente.

La práctica de la RSE es básica y vital para la permanencia de las organizaciones en el mercado laboral actual, es una herramienta necesaria para la realización comercial y para que el negocio permanezca firme y fuerte a lo largo de tiempo.

Para llegar a una transformación positiva de la sociedad, es necesario hacer uso de la RSE mediante técnicas y estrategias que generaran impactos positivos y que equilibren las relaciones entre los consumidores y las compañías a través de la ética y con un fin claro que es el Bienestar general.

Referencias Bibliográficas

- Alcívar, R. (2015). Modelo de gestión para el despliegue de estrategias organizacionales para empresas de clase mundial. Estudio de caso Nestlé Purina Pet Care Company (NPPC). Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.F9389503&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Arévalo-Martínez, R.-I., & Ortiz-Rodríguez, H. (2019). Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. (Spanish). *El Profesional de La Información*, 28(5), 1–11. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=lls&AN=140256523&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Bermúdez-Colina, Y., & Mejías-Acosta, A. A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 315–325. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=132586094&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Bernal, E. (2010). Ética profunda en la empresa como base de la sostenibilidad sistémica. *Revista Empresa y Humanismo*, 2, 79. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=52989407&lang=es&site=ehost-live>

Bruzco, M. (2015). Pensamiento estratégico emergente en la construcción de la realidad sustentable, Sector Cacao; Estado Sucre, Venezuela. *Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(48), 74–99. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=102859522&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Da Silva, J., Pastor, A & Pastor, J. (2014). El Uso Del Cuadro De Mando Integral Como Instrumento De Medición Para Comparar Los Modelos De Excelencia en Gestión. *Revista Ibero-Americana de Estrategia (RIAE)*, 13(4), 18–32. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=114010442&lang=es&site=eds-live&scope=site>

De la Cruz, C & Fernández, J. (2016). Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. *Empresa y Humanismo*, 19(2), 69–118. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=117625019&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Díaz, N. (2014). Responsabilidad Social Empresarial y Creación de Valor Compartido, Sostenibilidad Gerencial. (Spanish). *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 9(3), 127–144. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hus&AN=116281275&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Fonseca, R. (2019). El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo. *Economía y Desarrollo*, 162(2), 1–18. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=139381284&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Gioffreda, C. (2019). Los Pilares Del Pensamiento Estratégico: La Negociación, La Compulsión Y La Destrucción Aplicado Al Caso Argentino*. *POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 24(2), 331–352. Recuperado de: <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=140905579&lang=es&site=eds-live&scope=site>

GÓMEZ PÉREZ, RAFAEL (1990): “Ética Empresarial: Teoría y Casos”. Ed. Rialp, Madrid.

González, Y (2020). Relación de las empresas de excelencia con la responsabilidad social empresarial [Formato video]. Recuperado de <https://campus124.unad.edu.co/ecacen39/mod/hvp/view.php?id=3377>

González, Y., Manzano, O & Torres, M. (2019). Capítulo 1: Evolución de la responsabilidad social universitaria: Línea del tiempo y análisis bibliométrico. *Libros Universidad Nacional Abierta Y a Distancia*, 31 - 52. Recuperado a partir de <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3137>

González, Y., Manzano, O. y Torres, M. (2018). Capítulo 2: Descripción de las categorías relacionadas con la responsabilidad social universitaria. Libros Universidad Nacional Abierta y a Distancia, [S.l.], p. 53 – 76. Recuperado de <http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/3138>

Hax, A & Majluf, N. (2014). *Lecciones en estrategia hacia una gestión de excelencia*.

Ediciones UC. Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=lls&AN=140256523&lang=es&site=eds-live&scope=site>

https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1718626&lang=es&site=eds-live&scope=site&ebv=EB&ppid=pp_1

<https://www.google.com/search?q=imagen+empresa+rio+paila&newwindow=1&sxsrf=ALeKk00NDDvm7-4NK-Rlar5PIHAuRfHj2w:1606956754835&source=lnms&tbn=isch&s>

<https://www.google.com/search?q=imagen+empresa+rio+paila&newwindow=1&sxsrf=ALeKk00NDDvm7-4NK->

<https://www.riopaila-castilla.com/codigo-de-etica/>

ISO (2010). ISO 26000. Guía de responsabilidad social. Recuperado de

<https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

ISO (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social Visión general del proyecto. Recuperado de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf

Isotools Excellence. (17 de 04 de 2017). *¿La excelencia empresarial es un gran reto para las organizaciones?* Recuperado de <https://www.isotools.org/2017/04/17/excelencia-empresarial-gran-reto-organizaciones/>

León, M., & León, R. (2018). Gestión De La Responsabilidad Social Empresarial Del Sector Alimentario Venezolano Y Ciudadanía. *Revista Orbis*, 13(39), 15–29. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=129587482&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Llanes, M & Salvador, Y. (2018). Convergencia de la ética pública y los objetivos de desarrollo sostenible: resorte subjetivo valioso. (Spanish). *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1), 1–28. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=132100014&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Marulanda, N., & Rojas, M. (2019). Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). *Información Tecnológica*, 30(3), 269–276. Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=137284752&lang=es&site=eds-live&scope=site>

- Méndez, A., Rodríguez, M & Cortez, K. (2019). Factores Determinantes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasil. *Análisis Económico*, 34(86), 197–217. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=136796612&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Midgley, James, Social Development: The Developmental Perspective in Social Welfare, Londres, Sage, 1995
- Ocampo, O., García, J., Ciro, L & Forero, Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. En: *Entramado*, 11(2). 72-90. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v11n2/v11n2a06.pdf>
- Ortegón, G., Castrillón, O & Ruíz, S. (2019). Los grupos de interés en la programación de producción de un sistema de manufactura “Job Shop.” *Revista EIA*, 16(32), 65–84., Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=137635558&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- OSTERWALDER, A. y PIGNEUR, Y. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons
- Pérez-Sanz, J., Gargallo-Castel, A & Esteban-Salvador, L. (2019). Prácticas de RSE en cooperativas. Experiencias y resultados mediante el estudio de casos. *CIRIEC - España*,

Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 97, 137–178. Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=140495890&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Pigé, B. (2012). La representación de la excelencia de las empresas. *Administracion y*

Organizaciones, 15(29), 61–78. Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=89472258&lang=es&site=eds-live&scope=site>

PORTER M.E. (1990). The Competitive advantage of Nations. *Harvard Business Review*,

marchapril.

Ramirez, Reynier I., Nelson D. Lay, and Harold B. Sukier. 2020. “Gerencia Estratégica Para La

Gestión de Personas Del Sector Minero de Venezuela, Colombia y Chile.” *Información*

Tecnológica 31 (1): 133–40. Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=141889816&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Rodríguez, Y., Cabrera, J & Frías, B. (2018). Responsabilidad social empresarial. Camino hacia

una gestión organizacional estratégica. *Folletos Gerenciales*, 22(3), 180–189. Recuperado

de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=131500116&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Silvestri, K. (2010). Pensamiento Estratégico y Éxito Gerencial en Organizaciones

Empresariales. CICAG. Recuperado de

<http://publicaciones.urbe.edu/index.php/cicag/article/view/363/835>.

Valenzuela, L., Jara, M., & Villegas, F (2015). Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero. *Revista de Administração de Empresas*, 55(3), 329-344.

Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-

75902015000300329

Vargas-Chaves, I & Marrugo-Salas, L. (2015). La responsabilidad social empresarial como criterio orientador para la sostenibilidad y la ética de las actividades del sector bancario.

Jurídicas, 2, 42. Recuperado de

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.61c76f17644f498cba5f59d3917aefb9&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Anexos

Anexo A

Código de ética de la empresa Riopaila Castilla S.A

Link

<https://my.visme.co/view/jwp93zeq-untitled-project>

Anexo B

Formato de Diagnostico para la Empresa Riopaila Castilla S.A

Nombre _____ Cargo _____ Edad _____

1. ¿Los objetivos de la empresa con relación a la responsabilidad social empresarial benefician a los grupos de interés y el entorno?
 - a) De acuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) No opina/No sabe

2. ¿La empresa contrata a personas con algún tipo de discapacidad?
 - a) De acuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) No opina/No sabe

3. ¿La empresa promueve regularmente el respeto y garantía de los derechos para trabajadores, proveedores y comunidad?
 - a) De acuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) No opina/No sabe

4. ¿La empresa aplica programas que garantizan el uso sostenible de los recursos como lo plantea su visión?
 - a) De acuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) No opina/No sabe

5. ¿La empresa evalúa frecuentemente el impacto ambiental generado por su operación?
 - a) De acuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) No opina/No sabe

6. ¿La empresa da el uso y el manejo correcto de acuerdo a las políticas ambientales de los residuos sólidos emanados por su operación industrial?
 - a) De acuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) No opina/No sabe

7. ¿Los compromisos éticos con empleados, clientes y con la comunidad, se aplican de forma correcta enfocados en beneficiar la comunidad?
 - a) De acuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) No opina/No sabe

8. ¿La empresa tiene publicados y además cumple sus estatutos anticorrupción?
 - a) De acuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) No opina/No sabe

9. ¿La empresa utiliza mecanismos suficientes para recibir las quejas y reclamos de sus clientes y proveedores, además da el seguimiento y solución pronta a los casos?
 - a) De acuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) No opina/No sabe

10. ¿La empresa aplica y desarrolla programas que promuevan el desarrollo económico y social de la comunidad?
 - a) De acuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) No opina/No sabe